© THE QUEEN'S PRINTER FOR ONTARIO
2001

REPRODUCED WITH PERMISSION

L'IMPRIMEUR DE LA REINE POUR L'ONTARIO

REPRODUIT AVEC PERMISSION

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel: (416) 362-5211
Toll free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

FACTSHEET

ISSN 1198-712X ©Queen's Printer for Ontario

Agdex#: 057 Publication Date: 02/95

Order#: 93-043 Last Reviewed: 11/97

# Title: Effective Community Decision Making

**Division:** Agriculture and Rural
**History:** Reprinted February, 1997
**Written by:** Jane Muegge and Nancy Ross

## Table of Contents

- What Is A Healthy Community?
- Community Change
- Community Involvement
- Effecitve Decision Making
- Community Needs
- Methods Of Initiating Action
- References

## What Is A Healthy Community?

A healthy community relies on a balance of economic, social, human and environmental factors to promote the physical, mental and social well-being of people who live and work in the community.

**View The Community Sector Graphic (87K)**

- A **HUMAN** component gives us the "meaning in our lives."
- A strong **ECONOMIC** base provides opportunities to earn a fair living.
- A **SOCIAL** base provides essential services and opportunities to grow and interact.
- The health and welfare of our community is delicately balanced on a sustainable and clean **ENVIRON-MENT**.

The following factors are necessary to achieve and sustain healthy communities. Is your community ready to face the future?

- Community **spirit.**
- A community **vision** to guide development.
- Willingness to **invest** in the community.
- **Understanding** the community's economic system in light of the changing world economy.
- Leaders who can **build partnerships.**
- Leaders with the **capacity** to seek information and make decisions.
- **Commitment** to long term planning and action.
- Strong **communication** networks.
- Finding what is **unique** to a community
- Being willing to be **innovative.**
- An **active core** of community workers.
- Organizing and **maximizing** human and financial resources.

| Top of Page |

## Community Change

Changes are occurring throughout Ontario and Canada. All communities are experiencing change and need to make adjustments. Community leaders must be involved to help deal with and direct these changes. Community leaders and residents have a choice to either plan for change or to let it occur as it will. How involved are you - a person of this community - in bringing about planned change?

> *"Our moral responsibility is not to stop the future, but to shape it...to channel our destiny in humane directions and to ease the trauma of transition."*
> Alvin Toffler

| Top of Page |

## Community Involvement

Community decision making has some basic beliefs and values:

- every community has strengths, every community has problems and concerns
- the people within each community have the ability to solve their own problems and achieve their own goals
- nothing happens in a vacuum - decision making must suit the area where the challenge exists
- the community must involve and have participation by all those affected at each stage of the process
- communities need to identify their own needs, set priorities, plan for the future and take responsibility for their own future.

> *"Progress is impossible without change and those who cannot change their minds cannot change anything."*
> George Bernard Shaw

People have the right to participate in decisions which have an effect on their well-being. It will be to their benefit to exercise that right - to collaborate in setting goals, in organizing themselves and mobilizing the resources to achieve these goals.

***Initiators Of Change***

These are the people in the community who recognize the need for change and are willing to initiate action. They create a willingness and motivation for change in the community by building the necessary understanding, acceptance and commitment to change.

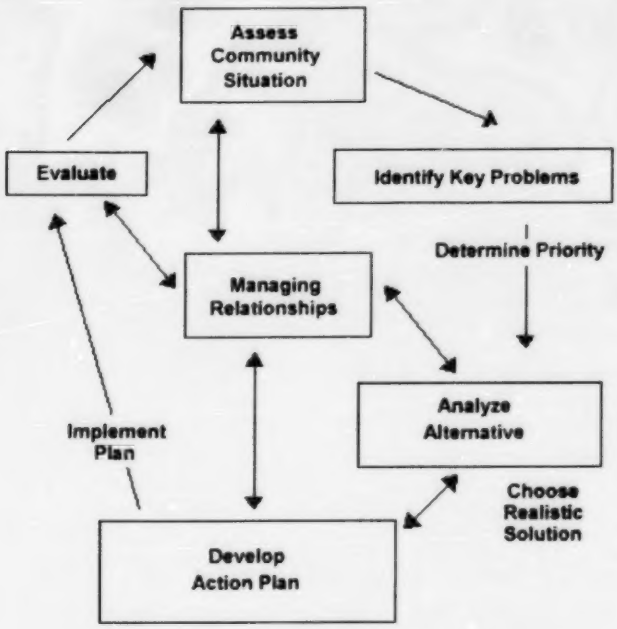
| Top of Page |

## Effecitve Decision Making

The community decision making process involves the following:

1. Examining the situation.
2. Arriving at goals.
3. Identifying key problems.
4. Determining priorities.
5. Identifying and analyzing alternative solutions.
6. Selecting a course of action.
7. Developing an action plan.
8. Implementing the plan.
9. Evaluating the outcome.

MODEL




Key questions to use as a checklist during this process are:

- Is everyone involved who needs to be?
- Did everyone agree on the definition of the situation?
- Was everyone clear on how the decision was made?
- Were personal or value conflicts resolved to everyone's satisfaction?
- Was the chosen solution realistic and reachable?

| Top of Page |

## Community Needs

Once the decision has been made, you are ready for the next step - identifying needs. This can be done through a "needs assessment." It is a way of finding out:

- What is needed?
- How many have the need?
- Who are they?
- How important is it that this decision/need be filled?
- What is already being done?
- What else - additional ideas, changes can be done?
- Who else is interested in doing something about this decision?

The information you collect can be of two types, "quantitative or hard data" (facts, figures and numbers) and "qualitative or soft data" (peoples' opinions and statements). Both types of information can help you take action.

| Top of Page |

## Methods Of Initiating Action

How can we gather information to carry on with good decision making? There are several methods including:

- a review of population statistics
- a review of the community resources and services

101-07318/

- a survey of community leaders
- focus groups
- public meetings
- brainstorming
- nominal groups

Each of these are explained in the following sections.

*Statistics*
A wide range of statistical data concerning the demography and economy of your community is available through your municipal, provincial and federal governments, as well as many agencies and institutions in your community, just ask. You can pull the information you need from these. Numbers are interesting, but remember, they are just part of the community picture and are not always the best indicator of the decision to take.

*Community Survey*
A community survey is usually a standard questionnaire that is widely distributed throughout the community. It can be handled through the mail, by phone, or in face-to-face interviews. Keep in mind your potential target groups - the people you especially want to reach. It is almost impossible to make a community decision that will meet the needs of everyone. You will want to collect your information noting differences across age groups and sex (i.e., seniors, young mothers, pre-schoolers, school age children, teenagers, young men, etc.).

*Community Leader Interviews*
Key informants are the people in your community who are seen as leaders - people with a better than average understanding of issues or community dynamics. All people should be asked the same set of questions.

*Focus Groups*
This is simply a group interview. An experienced discussion leader meets with six to 12 people whose experience relates directly to the decision. Questions are raised and participants are given a chance to present and discuss their opinions. Their reactions are then analyzed.

*Public Meetings*
This is a discussion with many people. Public meetings or forums allow two-way communication between the group interested in this decision and other community members. This is an excellent way to reach a very large portion of your community.

*Brainstorming*
Here, creative thinking takes precedence over practicality. The concept is to review all possible ideas, regardless of how impractical they may seem. This gets many new and novel ideas before a group for discussion. It moves people to think beyond normal day to day and conventional techniques that have failed to come up with a solution.

*Nominal Groups*
The Nominal group is a formal meeting of individual members that proceeds as follows:

1. Each member silently expresses his or her ideas about the problem and alternative solutions in writing without any consultation with other members.
2. At the end of the time period (about 10 to 15 minutes), each member shares his or her views with the other members in a highly structured round-robin fashion. When a member's turn comes up he or she may share only one idea per round.
3. As each member expresses an idea, a recorder writes down the idea on a flip chart or board. The process continues until all ideas are listed, with no reference to whom the ideas belong.
4. All ideas on the board are then discussed with respect to their merits, feasibility and all other qualities.
5. The group then votes silently on the ideas (usually ranking the ideas in order of preference). The pooled outcome of the individual ranking or rating determines the group's choice.

| Top of Page |

## References

Community Action Pack: 1A - Healthy Communities *The Process, 1B - Assessing Community Needs.

Health and Welfare Canada.

Community Development in Perspective. Christenson, James A. and Jerry W. Robinson, Jr. Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1989.

Community Involvemen. Co-operative Extension Service, University of Georgia, College of Agriculture, Athens, Georgia.

Community Involvement: How Do You Get It? Dunn, Douglas. Co-operative Extension Service, Q120-123, University of Arizona, June/77.

Community Leadership - A County Perspective. Co-operative Extension Service, University of Georgia, College of Agriculture.

Economic Development Bulletin #1: A Framework for Local Initiatives in Economic Development. Bryant, Christopher R. and Richard E. Preston.

Family Community Leadership. Extension Services, Western Rural Development Center, Oregon State University.

Group Methods and Techniques. Rohs, F. Richard. Co-operative Extension Service, MP 187, University of Georgia, Athens, Georgia, July 1984.

Motivation In Community Groups. Robinson, Jerry W., Roy A. Clifford and A. Christine Willis. North Central Regional Extension Publication, No. 36-8. University of Illinois, Urbana, Illinois, February 1975.

Skills Program for Management Volunteers: 4A - Leadership, 4B - Short & Long Term Planning. Fitness Canada.

The Subtle Art of Influencing Difficult People. Jay Gibson Associates, Guelph.

**Relevent OMAFRA Factsheets**

Strategic Planning: Is It For You?

**This Factsheet was authored by:** Jane Muegge and Nancy Ross, Rural Organization Specialists.

| Top of Page |

| Rural Affairs Home Page |

| Central Site | Feedback | Search | Site Map | Français |
| Home | What's New | Calendar | Products | News Releases|

Ontario

This site maintained by the Government of Ontario, Canada

This information is provided as a public service, but we cannot guarantee that the information is current or accurate. Readers should verify the information before acting on it.

Feedback and technical inquiries to: rural@omafra.gov.on.ca
© Copyright 2001 Queen's Printer for Ontario
Last Updated: June 12, 2001

ONTARIO

ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales



FICHE TECHNIQUE
ISSN 1198-7138 Cimprimeur de la Reine pour l'Ontario

Agdex: 057 Date de publication: 02/93
Commande no. 93-044 Dernière révision: 02/93

# Titre: Qu'est-ce qu'une communauté en bonne santé?

**Division:** Agriculture et Affaires rurales
**Situation:** Traduction de la fiche no 93-043, Effective Community Decision Making
**Rédacteur:** Jane Muegge et Nancy Ross, Direction des organisations et des services ruraux

## Table des matières

1. Qu'est-ce qu'une communauté en bonne santé?
2. La communauté et le changement
3. Participation des membres de la communauté
4. Prise de décision efficace
5. Besoins de la communauté
6. Méthodes de recherche d'information
7. Références bibliographiques

## Qu'est-ce qu'une communauté en bonne santé?

Dans une communauté en bonne santé, il existe un équilibre des facteurs économiques, sociaux, humains et environnementaux qui est propice au bien-être social, mental et physique des gens qui y habitent et y travaillent.

Graphique du sector communautaire(LINK)

- L'aspect **HUMAIN** est celui qui donne un «sens à notre vie».
- Grâce à une base **ÉCONOMIQUE** solide, nous pouvons gagner convenablement notre vie.
- La base **SOCIALE** procure les services indispensables et les occasions d'épanouissement et d'interaction.
- La santé et le bien-être de notre communauté reposent délicatement en équilibre sur un **ENVIRONNEMENT** durable et propre.

Pour être en bonne santé et le rester, la communauté doit posséder les atouts ci-dessous. Votre communauté est-elle bien armée pour affror.ter l'avenir?

- **esprit** de communauté
- **vision** de la communauté servant à orienter son développement
- la volonté de se **consacrer** à la communauté
- **compréhension** du fonctionnement économique de la communauté par rapport à une économie mondiale en mutation
- présence de membres influents capables de **forger des alliances**
- présence de membres influents **capables** de s'informer et de décider
- **détermination** à réaliser des plans et des projets à long terme
- réseaux de **communications** efficaces
- capacité de trouver ce qui est le **propre** de la communauté
- volonté d'**innover**

- **groupe actif** de travailleurs et de travailleuses communautaires
- organisation et **maximisation** des ressources humaines et financières.

| Haut de la page |

## La communauté et le changement

Le changement est à l'oeuvre partout en Ontario et au Canada. Toutes les communautés sont touchées par le changement et doivent s'y adapter. Les membres influents de la communauté doivent aider celle-ci à faire face au changement et à l'orienter. Les membres influents et les membres en général peuvent choisir soit de planifier le changement, soit de le laisser se produire librement. Que faites-vous en tant que membre de la communauté pour orienter le changement?

> «Nous avons la responsabilité morale non pas de résister au changement, mais de le façonner... d'engager notre destinée dans des voies qui respectent notre condition d'humain et d'amortir la brutalité de la transition.»
> Alvin Toffler

| Haut de la page |

## Participation des membres de la communauté

Au sein de la communauté, les décisions sont prises au regard de certaines convictions et valeurs fondamentales :

- Chaque communauté a des points forts; chaque communauté a des difficultés et des préoccupations.
- Les membres de chaque communauté sont capables de résoudre leurs problèmes et d'atteindre leurs propres objectifs.
- Rien ne se produit dans le vide. La prise de décision doit tenir compte du domaine où se pose la difficulté.
- La communauté doit s'assurer de la participation de tous ceux et celles qui sont touchés aux divers stades du processus.
- Les communautés doivent déterminer leurs besoins, fixer des priorités, faire des plans pour l'avenir et assumer la responsabilité de leur propre avenir.

> «Sans changement, le progrès est impossible, et ceux qui ne savent pas changer d'avis sont incapables de changer quoi que ce soit.»
> George Bernard Shaw

Les gens ont le droit de participer aux décisions qui influent sur leur bien-être. Ils ont intérêt à exercer ce droit - à définir ensemble les objectifs, à s'organiser et à mobiliser les ressources pour atteindre ces objectifs.

***Les artisans du changement***

Les artisans du changement sont les personnes qui, au sein de la communauté, perçoivent la nécessité du changement et sont décidées à agir. Ils créent l'état d'esprit favorable au changement en amenant la communauté à comprendre, à accepter et à participer au changement.

| Haut de la page |

## Prise de décision efficace

Le processus de prise de décision comprend les étapes suivantes :

1. Examen de la situation.
2. Poursuite des objectifs.
3. Détermination des problèmes clés.
4. Détermination des priorités.
5. Détermination et analyse des différentes solutions.
6. Choix d'un plan d'action.

7. Élaboration du plan d'action.
8. Mise en oeuvre du plan.
9. Évaluation du résultat.

MODÈLE

Questions clés à poser en cours de route pour vérifier le bon déroulement du processus :

- Tous ceux et celles qui devraient participer le font-ils?
- Tout le monde était-il d'accord sur la définition de la situation?
- Tout le monde a-t-il bien compris comment la décision a été prise?
- Les divergences personnelles ou les conflits de valeur ont-ils été réglés à la satisfaction de tous et toutes?
- La solution choisie était-elle réaliste et réalisable?

| Haut de la page |

## Besoins de la communauté

Une fois la décision prise, vous êtes prêt à passer à l'étape suivante, celle de la détermination des besoins. Cette étape peut prendre la forme d'une «évaluation des besoins», qui consiste à répondre aux questions suivantes :

- De quoi avons-nous besoin?
- Combien de personnes éprouvent ce besoin?
- Qui sont-elles?
- Est-il très important ou peu important de prendre cette décision ou de satisfaire ce besoin?
- Que faisons-nous déjà dans ce domaine?
- Que pouvons-nous faire d'autre - autres idées, autres changements?
- Qui d'autre est désireux de faire quelque chose en relation avec cette décision?

L'information que vous recueillez peut être de deux types : d'une part des «données quantitatives ou objectives» (faits, données, chiffres), d'autre part des «données qualitatives ou subjectives» (opinions et déclarations des gens). Ces deux types d'information peuvent vous aider à prendre des mesures.

| Haut de la page |

## Méthodes de recherche d'information

Comment pouvons-nous trouver l'information nécessaire à la qualité de la prise de décision? Il existe plusieurs méthodes, notamment :

- recherche de statistiques sur la population
- identification des ressources et des services existants dans la communauté
- entrevues avec les membres influents de la communauté
- groupes de discussion
- rencontres publiques
- séances de remue-méninge
- groupes nominaux.

Chacune de ces méthodes est décrite ci-après.

*Statistiques*

Vous pouvez obtenir une foule de données statistiques concernant la démographie et l'économie de votre communauté en vous adressant aux autorités municipales, provinciales et fédérales, ainsi qu'aux nombreux organismes et institutions de votre communauté; il suffit de les demander. Vous pouvez obtenir d'eux l'information dont vous avez besoin. Les chiffres sont intéressants, mais rappelez-vous, ils ne représentent qu'une facette du tableau et ne sont pas forcément le meilleur indicateur du domaine où la décision doit être prise.

*Sondages auprès des membres de la communauté*

Un sondage se fait généralement à l'aide d'un questionnaire que l'on diffuse largement dans la communauté, selon divers procédés : on l'envoie par la poste ou bien l'on pose les questions au téléphone ou au cours d'entrevues personnelles. Il ne faut pas perdre de vue les éventuels groupes «cibles» C c'est-à-dire les personnes que vous comptez rejoindre plus particulièrement. C'est presque impossible de prendre une décision communautaire qui satisfera les besoins de monsieur ou madame Tout-le-Monde. Vous voudrez recueillir des renseignements en considérant les différences dans les groupes du point de vue de l'âge et du sexe (personnes âgées, jeunes mères, enfants d'âge préscolaire, enfants d'âge scolaire, adolescents, jeunes hommes, etc.)

*Entrevues avec les membres influents de la communauté*

Les personnes les mieux placées pour vous informer sont celles qui passent pour les «chefs de file», les «leaders» - ce sont les personnes qui comprennent mieux que la moyenne des gens les besoins ou la dynamique de la communauté. Il est conseillé de poser à toutes ces personnes la même série de questions.

*Groupes de discussion*

On entend par groupe de discussion tout simplement une entrevue de groupe. Six à douze personnes dont l'expérience est directement liée à la décision à prendre se réunissent sous la houlette d'un animateur chevronné. Celui-ci pose des questions et donne aux participants la possibilité d'exprimer leurs points de vue et d'en discuter. Leurs réactions sont ensuite analysées.

*Rencontres publiques*

Ce genre de rencontre concerne un grand nombre de personnes. Les rencontres ou forums publics permettent au groupe intéressé par la décision et aux autres membres de la communauté de se parler. C'est une excellente façon de rejoindre une très grande partie de votre communauté.

*Séance de remue-méninges*

Ici, la pensée créative prend le pas sur le raisonnement pratique. L'objet de cet exercice est de faire jaillir toutes les idées possibles, peu importe si elles semblent impossibles à mettre en pratique. Cela permet d'évoquer de nombreuses idées nouvelles et de les soumettre à l'examen du groupe. Les personnes qui participent à un remue-méninges se trouvent amenées à repousser les frontières de leurs réflexions au-delà du cadre normal et de délaisser les techniques traditionnelles qui n'ont pas permis d'arriver à une solution.

*Groupes nominaux*

On entend par groupe nominal une rencontre structurée entre des membres individuels. Cette rencontre se déroule selon un protocole précis :

1. Chaque membre exprime par écrit ses idées au sujet du problème et les solutions possibles, en silence, sans consulter les autres membres.
2. A la fin du temps imparti pour l'étape 1 (environ dix à quinze minutes), les membres font part de leurs points de vue selon des règles bien définies : chacun prend la parole à tour de rôle, exprimant une seule idée à chaque tour.
3. Pendant que chaque membre exprime une idée, une personne inscrit cette idée sur un tableau noir ou à feuilles. Le processus se répète jusqu'à ce que toutes les idées aient été inscrites, sans indication de celui ou de celle qui en est l'auteur.
4. Les participants débattent ensuite de toutes les idées figurant sur le tableau du point de vue du bien-fondé, de la faisabilité et de toute autre qualité.
5. Le groupe vote ensuite sur les idées par écrit (en général, en classant les idées par ordre de préférence). Les résultats mis en commun des classements individuels déterminent le choix du groupe.

| Haut de la page |

## Références bibliographiques

BRYANT, Christopher R. et PRESTON, Richard E. Economic Development Bulletin #1 : A Framework for Local Initiatives in Economic Development.

CHRISTENSON, James A. et ROBINSON, Jerry W. Jr. Community Development in Perspective, Iowa State University Press, Ames (Iowa), 1989.

CONDITION PHYSIQUE CANADA. Skills Program for Management Volunteers : 4A - Leadership; 4B - Short & Long Term Planning.

DUNN, Douglas. Community Involvement : How Do You Get It?, Co-operative Extension Service, Q120-123, University of Arizona, juin 1977.

JAY GIBSON ASSOCIATES. The Subtle Art of Influencing Difficult People, Guelph.

OREGON STATE UNIVERSITY. Family Community Leadership, Extension Services, Western Rural Development Center.

ROBINSON, Jerry W., CLIFFORD, Roy A. et WILLIS, Christine A. Motivation In Community Groups, North Central Regional Extension, Publication no 36-8, University of Illinois, Urbana (Illinois), février 1975.

ROHS, Richard F. Group Methods and Techniques, Co-operative Extension Service, MP 187, University of Georgia, Athens (Géorgie), juillet 1984.

SANTÉ ET BIEN-ETRE SOCIAL CANADA. Trousse d'action communautaire : 1A - Healthy Communities* The Process (seulement en anglais); 1B - Détermination des besoins de la communauté.

UNIVERSITY OF GEORGIA. Community Involvement, Co-operative Extension Service, College of Agriculture, Athens (Géorgie).

UNIVERSITY OF GEORGIA. Community Leadership - A County Perspective, Co-operative Extension Service, College of Agriculture.

**Cette fiche a été rédigée par:** Jane Muegge and Nancy Ross, Spécialistes des organismes ruraux

Pour plus d'information sur la prise de décision, se référer à la fiche technique du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario intitulée La planification stratégique : Est-ce pour vous?, AGDEX 057.

Also available in English

| Haut de la page |

| Page d'accueil des Affaires rurales |

| Site principal | Commentaires | Recherche | Plan du site English |
| Page d'accueil | Nouveautés | Calendrier | Produits | Communiqués |

Ontario

Ce site est mis à jour par le gouvernement de l'Ontario, Canada.

Les renseignements de ce site sont fournis à titre de service au public. On ne peut garantir que l'information est à jour ou exacte. Les lecteurs devront vérifier l'information avant de s'en servir.

Vos commentaires et questions techniques à: rural@omafra.gov.on.ca
©Imprimeur de la Reine pour l'Ontario 2001